
Ano Letivo 2023-24

Unidade Curricular GESTÃO ESTRATÉGICA

Cursos GESTÃO DE PME - Portimão (2.º ciclo)

Unidade Orgânica Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Código da Unidade Curricular 19241003

Área Científica GESTÃO

Sigla

Código CNAEF (3 dígitos) 345.

Contributo para os Objetivos de
Desenvolvimento Sustentável - 8;9;17.
ODS (Indicar até 3 objetivos)

Línguas de Aprendizagem Português

Modalidade de ensino

Presencial

Docente Responsável

Manuel Arnedo Geraldo

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Manuel Arnedo Geraldo	OT; TP	TP1; OT1	18TP; 4OT
Francisco José Simões Pinto	TP	TP1	6TP

* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
1º	S1	24TP; 4OT	168	6

* A-Anual;S-Semestral;Q-Quadrimestral;T-Trimestral

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Introdução à Gestão.

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Os objetivos da disciplina são dotar os estudantes de ferramentas analíticas que lhes permitam compreender e desenhar estratégias de negócio e empresariais tendo em vista a sua implementação numa determinada organização de Pequena e Média dimensão (PME).

- Compreender o papel da gestão estratégica na gestão das organizações PME.
- Avaliar os fatores internos e externos de competitividade e comportamento estratégico das PME.
- Aplicar técnicas e ferramentas de gestão em contexto das PME.
- Compreender e interpretar os principais modelos de desenvolvimento estratégico para a PME.
- Adquirir competências transversais e desenvolver pensamento estratégico orientado para o exercício de funções e cargos na área da gestão.

Conteúdos programáticos

- 1- Enquadramento Geral das PME
- 2- Estrutura e Intensidade da Concorrência
- 3- Fatores Estratégicos Internos e Externos;
- 4- Vantagem Competitiva e Criação de Valor
- 5- Execução da Estratégia numa PME com suporte no Balanced Scorecard (BSC)
 - 5.1- Introdução, conceitos e instrumentos do BSC
 - 5.2- Ferramentas de diagnóstico: Análises PEST, SWOT e SWOT cruzada
 - 5.3- Proposição de valor para clientes
 - 5.4- Processo de implementação do BSC
 - 5.5- Articulação entre Mapa da Estratégia e Scorecard Corporate
 - 5.6- Desdobrar a estratégia corporate da PME através de Scorecards departamentais e alinhar as operações.
- 6- Estratégias Competitivas
- 7- Estratégias de Desenvolvimento
- 8- Internacionalização das PME
- 9- Estudo Crítico de Casos Práticos.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Aula expositiva - teórica e prática.
Debate de matérias em sala de aula.
Estudo de casos.
Estudo livre.

Avaliação da UC:

- Componente de Avaliação por Frequência (CAF): 100%;
- Avaliação da CAF: Trabalho de grupo: 50%; Teste: 50%
- Dispensa de exame: CAF $\geq$ 10 valores;
- Exame de época normal, de recurso, especial de conclusão de curso ou melhoria de classificação: 100%.

Bibliografia principal

- Daszkiewicz, N. e Wach, K. (2012). Internationalization of SMEs: Context, Models and Implementation. Gdansk University of Technology Publishers. Gdansk.
- Freire, A. (2020). Estratégia - Criação de valor sustentável em negócios tradicionais e digitais. Bertrand Editora. Lisboa.
- Kaplan, Robert S, Norton, David P (2008). The Execution Premium - Linking Strategy to Operations for Competitive Advantage. Harvard Business School Publishing Corporation. Boston.
- Pinto, Francisco (2009). Balanced Scorecard - Alinhar Mudança, Estratégia e Performance nos Serviços Públicos, Editora Sílabo, Lisboa.
- Russo, J. (2015). Balanced Scorecard para PME e pequenas e médias instituições. (6ª edição). Lidel. Lisboa.
- Serra, F. R., Ferreira M.P. e Torres, M. C. (2010). Gestão estratégica: conceitos e prática. (2ª edição). Lidel. Lisboa.
- Teixeira, Sebastião (2020). Gestão Estratégica (2ª edição). Escolar Editora, Lisboa.

Academic Year 2023-24

Course unit STRATEGIC MANAGEMENT

Courses SME MANAGEMENT - PORTIMÃO (2nd cycle)
Common Branch

Faculty / School SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM

Main Scientific Area

Acronym

CNAEF code (3 digits) 345.

Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives) 8;9;17.

Language of instruction Portuguese

Teaching/Learning modality Classroom-based (face-to- face modality)

Coordinating teacher Manuel Arnedo Geraldo

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Manuel Arnedo Geraldo	OT; TP	TP1; OT1	18TP; 4OT
Francisco José Simões Pinto	TP	TP1	6TP

* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

Contact hours	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
	0	24	0	0	0	0	4	0	168

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

Pre-requisites

no pre-requisites

Prior knowledge and skills

Introduction to Management

The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)

The objectives of the course are to provide students with analytical skills that allow them to understand and design business strategies with a view to their implementation in Small and Medium-sized organization (SME).

- Understand the role of strategic management in the management of small and medium-sized organisations (SMEs).
- Assess the internal and external factors of competitiveness and strategic behaviour of SMEs.
- Apply management techniques and tools in the context of SMEs.
- Understand and interpret the main strategic development models for SMEs.
- Acquire *soft* skills and develop strategic thinking oriented to corporate management.

Syllabus

- 1- General framework for SME
 - 2- Competition Structure and Intensity
 - 3- Internal and External Strategic Factors
 - 4- Competitive Advantage and Value Creation
 - 5- Execution of the Strategy in an SME supported by the Balanced Scorecard (BSC)
 - 5.1- Introduction, BSC concepts and instruments
 - 5.2- Diagnostic tools: PEST, SWOT, and crossed SWOT analysis
 - 5.3- Value proposition for customers
 - 5.4- BSC implementation process
 - 5.5- Articulation between the Strategy Map and the Corporate Scorecard
 - 5.6- Unfold the corporate strategy of the SME through departmental Scorecards and align operations.
 - 6- Competitive Strategies
 - 7- Development Strategies
 - 8- Internationalisation of SME
 - 9- Case study
-

Teaching methodologies (including evaluation)

The following methodologies underlie the teaching-learning process for the curricular unit (CU):

- Theoretical and practical classes;
- Critical debate in the classroom;
- Case studies;
- Independent study.

CU evaluation:

- Frequency Assessment Component (FAC): 100%;
- FAC evaluation: Team work: 50%; Test: 50%;
- Dismissed from the exam: FAC ≥ 10 values;
- Exams (1st call; 2nd call, special call or grade improvement): 100%

Main Bibliography

- Daszkiewicz, N. e Wach, K. (2012). Internationalization of SMEs: Context, Models and Implementation. Gdansk University of Technology Publishers. Gdansk.
- Freire, A. (2020). Estratégia - Criação de valor sustentável em negócios tradicionais e digitais. Bertrand Editora. Lisboa.
- Kaplan, Robert S, Norton, David P (2008). The Execution Premium - Linking Strategy to Operations for Competitive Advantage. Harvard Business School Publishing Corporation. Boston.
- Pinto, Francisco (2009). Balanced Scorecard - Alinhar Mudança, Estratégia e Performance nos Serviços Públicos, Editora Sílabo, Lisboa.
- Russo, J. (2015). Balanced Scorecard para PME e pequenas e médias instituições. (6ª edição). Lidel. Lisboa.
- Serra, F. R., Ferreira M.P. e Torres, M. C. (2010). Gestão estratégica: conceitos e prática. (2ª edição). Lidel. Lisboa.
- Teixeira, Sebastião (2020). Gestão Estratégica (2ª edição). Escolar Editora, Lisboa.